



Mehr Bio-Kompetenz im Netto-Regal

Netto Marken-Discount setzt auf Sortiment mit Naturland-Zeichen

Maxhütte-Haidhof, Juli 2023 – Netto Marken-Discount ermöglicht mit dem Sortiment seiner Eigenmarke BioBio den Kauf von ökologisch erzeugten Lebensmitteln zu günstigen Preisen. Jetzt baut der Lebensmittelhändler seine Bio-Kompetenz weiter aus und startet eine Naturland Partnerschaft für die Bio-Eigenmarke mit der Naturland Zeichen GmbH. Durch diese Partnerschaft untermauert Netto den Qualitätsanspruch für das BioBio-Eigenmarkensortiment. Zugleich verfolgt der Lebensmittelhändler damit das angestrebte Ziel der Bundesregierung, den heimischen Ökolandanbau zu fördern. Netto gehört zu den größten Bio-Händlern in Deutschland und hat den Anspruch, Kundinnen und Kunden eine hochwertige Auswahl an Lebensmitteln aus ökologischer Erzeugung zu bieten – unabhängig vom Haushaltsbudget.

Mit der Naturland Partnerschaft setzt Netto sein Engagement für hochwertige Bio-Produkte fort: Die ersten BioBio-Produkte mit Naturland-Zertifizierung – zu erkennen am Naturland-Logo auf der Verpackung – werden im dritten Quartal 2023 in den Netto-Regalen zu finden sein. Weitere BioBio-Produkte mit dem entsprechenden Naturland-Logo folgen im Jahresverlauf – je nach Warenverfügbarkeit und Marktsituation. Mehr als Bio-Standards: Die gekennzeichneten BioBio-Produkte werden nach den Richtlinien von Naturland erzeugt und gehen damit weit über den EU-Bio-Standard hinaus. So steht das Naturland-Zeichen etwa für strenge Vorgaben an die Erzeugung sowie für schonende Verarbeitung hochwertiger Rohstoffe aus regionalem und internationalem Anbau. Naturland setzt sich darüber hinaus ganz besonders für das Tierwohl ein, mit verpflichtenden jährlichen Tierwohlkontrollen – zusätzlich zur standardisierten Bio-Kontrolle. Netto möchte mit dieser Zusammenarbeit ein starkes Zeichen in Richtung der Naturland-Bauern setzen und dazu beitragen, diesen mit einer langfristigen Partnerschaft einen verlässlichen Absatzkanal für ihre hochwertigen Bio-Produkte zu bieten.

Bei der Gestaltung seines Bio-Sortiments bleibt Netto weiterhin einer attraktiven Preisgestaltung treu, um eine nachhaltigere Ernährung auch für preisbewusste Kundinnen und Kunden zu ermöglichen.

„Mit der Naturland Partnerschaft verdeutlichen wir unseren hohen Qualitätsanspruch an unserem Bio-Eigenmarkensortiment. Immer mehr Menschen kaufen aufgrund der anhaltenden Inflation ihre Bio-Lebensmittel bevorzugt beim Discounter. Unser Ziel ist es, den Anteil verkaufter Bio-Produkte zu erhöhen und damit die ökologischen Standards in der Landwirtschaft zum Schutz von Klima und Artenvielfalt weiter auszubauen“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation. Netto hat in den letzten Jahren die Bio-Auswahl deutlich erhöht: Schon heute bietet der Lebensmittelhändler mehr Lebensmittel in Bio-Qualität als die direkten Wettbewerber. Den Anteil Bio-zertifizierter Produkte wird Netto kontinuierlich erweitern und setzt sich hier – anders als andere Marktteilnehmer – keine Sortimentsgrenze. Mit der Naturland Partnerschaft baut Netto seine Bio-Kompetenz weiter aus. Der Lebensmittelhändler unterstützt mit der kontinuierlichen Erweiterung des Bio-



Sortiments zudem das von der Bundesregierung angestrebte Ziel, den Ökolandbau in Deutschland zu fördern.

„Naturland steht seit 40 Jahren an der Spitze des öko-sozialen Umbaus unserer Landwirtschaft, in Deutschland und weltweit. Um das 30-Prozent-Bio-Ziel der Bundesregierung zu erreichen, wollen wir Bio-Produkte in Naturland-Qualität für noch mehr Menschen zugänglich machen. Wir freuen uns, mit Netto Marken-Discount einen neuen Partner gewonnen zu haben, der die Werte der Marke Naturland teilt und gemeinsam mit uns den Öko-Landbau weiter vorantreiben will“, so Wilhelm Heimann, Geschäftsführer der Naturland Zeichen GmbH.

Bio-Sortiment bei Netto

Mit seiner Eigenmarke BioBio und der Biofachmarke NATURKIND bietet Netto Marken-Discount seinen Kundinnen und Kunden ein vielfältiges Angebot an Produkten aus ökologischer Erzeugung – unabhängig vom Haushaltsbudget. Mit dauerhaft bis zu 400 bio-zertifizierten Eigenmarken- und Fachmarkenartikeln sowie weiteren Bio-Marken gehört Netto zu den größten Bio-Händlern Deutschlands. Viele NATURKIND-Eigenmarkenartikel sind bereits seit Verkaufsstart Naturland-zertifiziert.

Über Naturland

Die Naturland Zeichen GmbH ist mit der Vergabe und Lizenzierung des Naturland-Zeichens beauftragt und arbeitet als eigenständiges Unternehmen mit rund 1.400 Naturland-Markenpartnern aus Handel, Verarbeitung und Gastronomie zusammen. So entstehen Vermarktungswege für die Erzeugnisse der rund 120.000 Naturland-Bäuerinnen und Bauern weltweit.

Weitere Informationen zu der Bio-Kompetenz von Netto finden Sie [hier](#).

Mehr über die Biofachmarke NATURKIND erfahren Sie [hier](#)

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kundinnen und -Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.600 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

Christina Stylianou

Tel.: 09471-320-999

E-Mail: presse@netto-online.de

www.netto-online.de

